

内外交差点

条件面だけで戦うな！ 求人現場の最前線②

関根 コウ氏 (求人広告ライター協会代表理事) 第2/12回

新型車両を導入し、全車カーナビ搭載、2種免許の取得費用も全額負担、最近では勤務シフトにも融通を利かせて、できる限りのバックアップ体制で応募者を待っている状況なのに、今月も求人の反応はいまひとつ。たまに現れる待望の応募者と面談に期待を膨らませるも、当社の魅力が伝わっているのかどうなのか、いまいち手応えを感じない。「この人はちゃんと求人を読んで応募してきたのか」そんな疑念を抱かせる求職者に会った経験はありませんか？もしかしたらそれ、求職者が本当に知りたい情報が求人広告に書かれていないことが原因かもしれません。

今回、業界の求人の問題点を紐解くにあたり、現行の数々の求人メディアのサービス内容よりも、まさに御社の掲載している求人広告の中身(情報)にスポットをあて、問題点と改善策を紐解いてみたいと思います。長年採用に苦しんできたタクシー業界では、採用においては様々な制度や待遇が生みだしてきたこととも思います。交通インフラを支え続けるための企業努力の賜物であり、ドライバー業界の中でもこれほど職場環境や福利厚生に力を入れている業界はないのではないかと思います。一方で、同じ地域の他のタクシー会社も同様の待遇や制度を追随することで、求職者から見ると各社の条件の違いが見えづらいのも事実です。残念ながら「車のカラーが違うだけ」と思っている求職者も多くいます。

求人広告に盛り込む「4つの軸」

企業メッセージ

職場や人の紹介

仕事の魅力

条件や待遇

ぜひもう一步踏み込んで、御社だけの他にはない「等身大の魅力」を伝えたいところです。

「ウチは台数も少ないし、大手さんよりは見劣りしてしまうよ」とネガティブになる必要はありません。私に期待を寄せていただき、採用をお手伝いしているタクシー事業者の多くは、ここだけの話、大手さんと並ぶほどの採用数を達成していません。今ある御社の実情だけで、十分に他にはない魅力を引き出すことは可能です。それはなぜか。それは、求人は「条件面」だけで戦っているわけではないからです。他のタクシー会社よりも待遇が良いから採用で勝てるわけではないのです。「待遇」だけを羅列した求人が氾濫し、求職者がタクシー会社のそれぞれの特色を見分けることができない。裏を返せば、特色を見分けることができれば、御社を選ぶ求職者も増えるはずですよ。

人の働く動機づけは大きく分けて「企業(経営思想や方針)」「職場(社風・人)」「仕事(働き方・やりがい)」「条件(給与・待遇)」の4つに分類されます。条件面以外にも他に3つのポイントがあることがわかります。例えば、「職場」にスポットをあててみてはどうでしょう。小規模のタクシー会社であればこそ、経営者や役員との距離の近さや個人個人への柔軟な対応が可能かもしれません。とあるタクシー会社では、遠方からの上京組が多く在籍していることで、同郷の仲間が多い安心感から、わざわざそのタクシー会社を選んで面接に来る求職者もいます。また、規模の大きいタクシーの会社よりも、いつも決まった時間に同じ先輩と顔をあわせて、新人さんでも顔を覚えてもらえる会社の方が、居心地が良いと感じる新人ドライバーさんもいるはずですよ。一見、当たり前すぎてつまらないことも、そんな「等身大の姿」が求人に書かれているだけで、安心感や興味関心を生むキッカケになるのです。

求人広告は「広告」であると同時に「情報誌」でもあります。魅力的な言葉で語るだけではなく、職場や人の顔など、知りたい情報がきちんと載っていることが大切です。ぜひ、求職者の視点に立って、職場や仕事、会社のリアルな姿を書いてみてはいかがでしょうか。

